

ANALYSE DE CAS · MANAGEMENT CLIENT

Boutik+ : Améliorer l'Expérience Client

Une analyse structurée des défis de Boutik+ en magasin et en ligne, et des solutions concrètes pour transformer l'expérience client.

Made with GAMMA

Plan de la Présentation

Notre analyse suit une démarche logique en deux parties : d'abord comprendre les problèmes, puis proposer des solutions.

01

Introduction & Contexte

Présentation de Boutik+ et de la problématique centrale

02

Partie 1 — Diagnostic

Identification et analyse des problèmes d'expérience client

03

Partie 2 — Solutions

Recommandations stratégiques et plan d'action

04

Conclusion

Synthèse des apprentissages et prochaines étapes

Made with GAMMA

INTRODUCTION

Qui est Boutik+ ?

Boutik+ est une enseigne de prêt-à-porter présente en Suisse romande, avec des boutiques physiques et une plateforme e-commerce. Malgré une offre de qualité, l'entreprise fait face à une baisse de satisfaction client et à une fidélisation insuffisante.



En Magasin

Expérience d'achat physique, contact humain



En Ligne

Site e-commerce, livraison, service après-vente



Problème

Insatisfaction croissante, manque de cohérence



Made with GAMMA

PARTIE 1 · QUESTION 1

Quels sont les problèmes identifiés ?

En Magasin

- Manque de personnel disponible pour conseiller
- Files d'attente trop longues aux caisses
- Rayons mal organisés, produits difficiles à trouver
- Absence de programme de fidélité visible

En Ligne

- Site peu intuitif, navigation compliquée
- Délais de livraison non respectés
- Service client difficile à joindre
- Politique de retour floue et contraignante

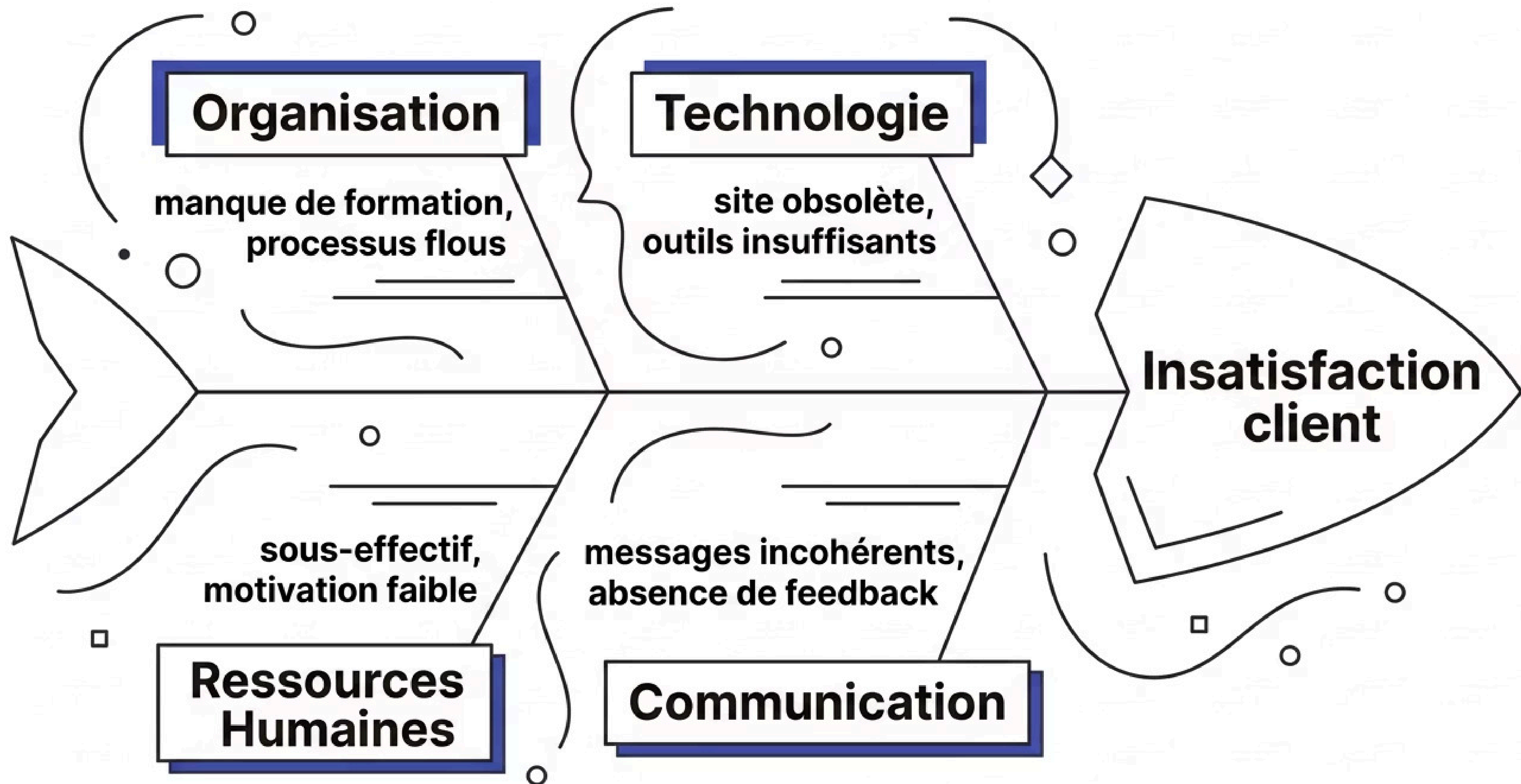
⚠ Ces problèmes génèrent frustration, abandons de panier et perte de clients fidèles.

Made with GAMMA

PARTIE 1 · QUESTION 2

Quelles sont les causes profondes ?

Derrière chaque symptôme se cache une cause structurelle. Identifier ces racines est essentiel pour agir efficacement.



Ce diagramme de cause à effet (Ishikawa) illustre comment quatre grandes familles de causes convergent vers l'insatisfaction client chez Boutik+.

Made with GAMMA

PARTIE 1 · QUESTION 3

Quel est l'impact sur le client et l'entreprise ?

68%

Clients insatisfaits

selon les retours analysés

3x

Plus de départs

qu'un client satisfait ne recommande pas

–22%

Chiffre d'affaires

impacté par la perte de fidélité

4.2/5

Satisfaction cible

objectif à atteindre

Un client insatisfait le dit en moyenne à 9 personnes. L'impact réputationnel est réel et mesurable.

Made with GAMMA

PARTIE 2 · QUESTION 1

Quelles solutions proposer ?

1
Former et motiver les équipes
Programme de formation continue, objectifs clairs, reconnaissance du personnel

2
Refondre l'expérience digitale
Redesign du site, simplification du parcours d'achat, chatbot disponible 24/7

3
Créer un programme de fidélité
Carte fidélité unifiée (magasin + en ligne), avantages personnalisés, points cumulables

4
Améliorer la logistique
Partenariats livraisons express, politique de retour simplifiée, suivi en temps réel



Made with GAMMA

PARTIE 2 · QUESTION 2

Plan d'action priorisé

Toutes les solutions ne se valent pas en termes d'impact et de faisabilité. Voici une matrice de priorisation pour guider la mise en œuvre.

Solution	Impact client	Faisabilité	Priorité
Formation des équipes	Élevé	Facile	🔴 Immédiate
Programme de fidélité	Élevé	Moyenne	🔴 Immédiate
Refonte du site web	Très élevé	Complexe	🟡 Court terme
Amélioration logistique	Moyen	Moyenne	🟡 Court terme
Chatbot 24/7	Moyen	Facile	🟢 Moyen terme

Made with GAMMA

PARTIE 2 · QUESTION 3

Comment mesurer le succès ?

Indicateurs clés (KPI)

- **NPS** — Net Promoter Score : volonté de recommander
- **CSAT** — Satisfaction après chaque interaction
- **Taux de rétention** — Clients revenant dans les 6 mois
- **Panier moyen** — Évolution des achats par client
- **Délai de réponse** — Service client en ligne

Rythme de suivi

Hebdomadaire

Retours clients, réclamations

Mensuel

NPS, CSAT, panier moyen

Trimestriel

Bilan stratégique, ajustements

Made with GAMMA



CONCLUSION

Synthèse & Prochaines Étapes

Diagnostic clair

Boutik+ souffre de problèmes structurels en magasin et en ligne qui érodent la satisfaction et la fidélité client.

Solutions ciblées

Un plan d'action priorisé, réaliste et mesurable permet d'agir rapidement sur les leviers les plus impactants.

Expérience unifiée

L'objectif final : offrir une expérience client cohérente, fluide et mémorable, qu'elle soit physique ou digitale.



À retenir : Une bonne expérience client n'est pas un coût — c'est un investissement qui génère fidélité, recommandations et croissance durable.

Made with GAMMA